Manual de identidad.

Marca turística Condado de Huelva

Conceptualización.

La marca Condado de Huelva está concebida como un contenedor de su diversidad y riqueza enogastronómica, natural, patrimonial y cultural de dicho territorio.

Corralada de Huelva

Con herencia
Condado
de Huelva
con todo lo que imagines
WWW.CONDADODEHUELVA.COM

Construcción del sistema visual.

La identidad gráfica se construye sobre la historia de cada uno de los municipios, poniendo en común el imaginario heráldico y replantear la iconografía con un estilo contemporáneo.

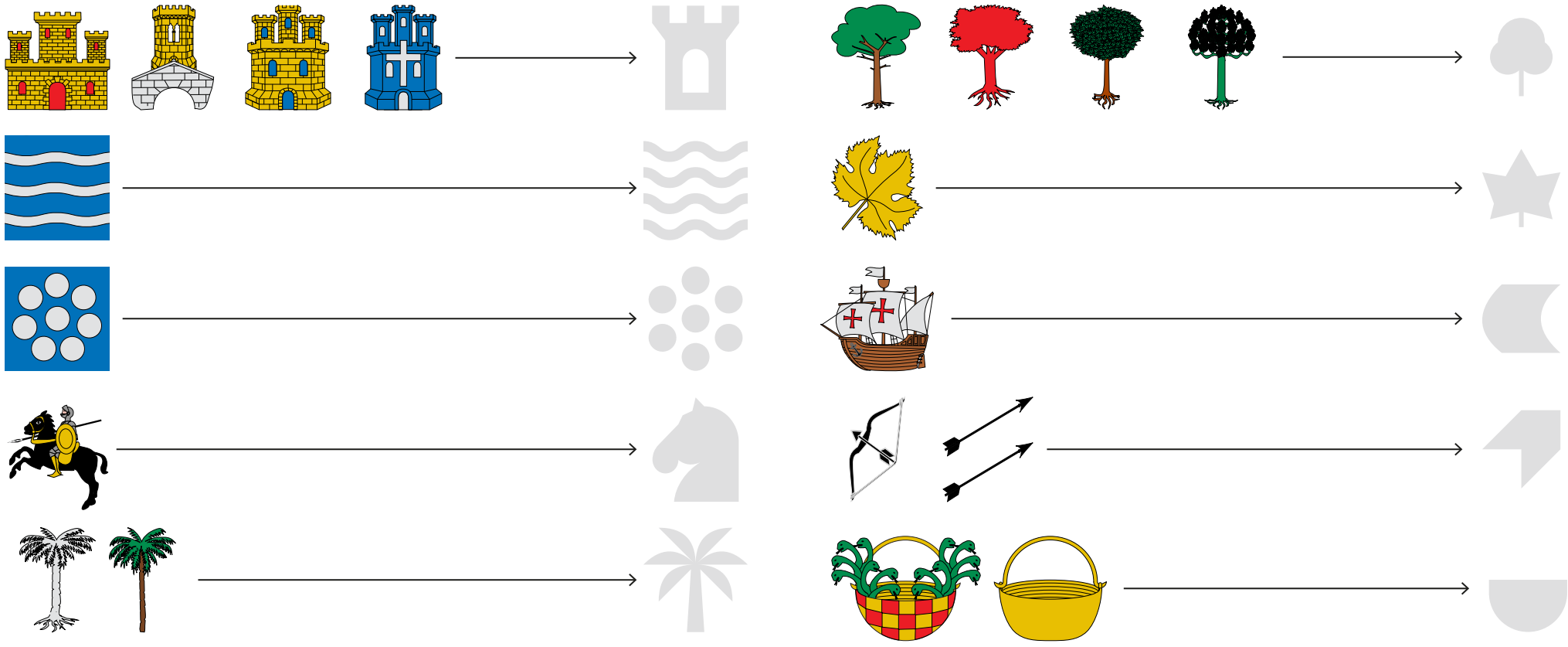
Una marca turística moderna y dinámica, representativa de la historia pasada y presente de todos los municipios que conforman el Condado.

HERÁLDICA

Los blasones de cada municipio tratan de contar la historia que han vivido.

Vemos la reiteción de algunos elementos, lo cual define que la historia de los municipios se encuentran entrelazadas.

La simplificación de estos elementos construye los patrones sobre los que se instaura el logotipo.

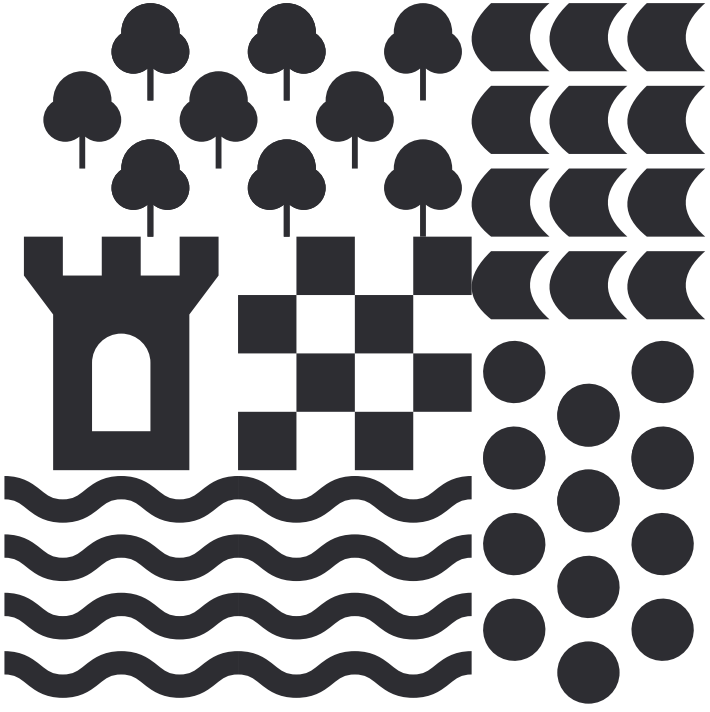


ACTUALIDAD: NUEVOS ICONOS

Las realidades del territorio necesitaban de la inclusión de iconografía que representase parte de la cultura o gastronomía que no aparece representada en los blasones.

CONSTRUCCIÓN

Con los elementos antes nombrados se desarrollan patrones sobre la que se construye el sistema visual. De esta forma podemos desarrollamos una imagen dinámica que trnasmite la diversidad autóctona.



Logotipo.

LOGOTIPO

El logotipo funciona como contenedor de los atractivos turísticos del territorio. La parte textual recoge a su vez la iconografía representativa de la zona.

Comarca
de Huelva

ÁREA DE RESPETO

El carácter “o” de la tipografía establece el área de protección correcta entorno al logotipo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.

Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio.a

TAMAÑOS MÍNIMOS

A continuación se declaran los tamaños mínimos de reproducción respecto al ancho.

En sistemas con bajos valores de reproducción (relieves, grabados...) se aconseja un mayor tamaño, atendiendo a criterios técnicos del sistema de reproducción y de legibilidad.

Impresión offset
Ancho de 15 mm

Condado de Huelva

Serigrafía
Ancho de 15 mm

Condado de Huelva

Digital
Ancho de 125px

Condado de Huelva

VARIACIONES DEL LOGOTIPO

El logotipo cuenta con dos variaciones.

El uso de cada variación será determinado por las diferenes técnicas de aplicación y/o la pieza en concreto sobre la que ha de aplicarse. En cualquiera de los casos, predominará la representación de la marca vertical.

El favicon responde a la imagen corporativa en un tamaño reducido para web.

Logotipo vertical

Condado de Huelva

Logotipo horizontal

Condado de Huelva

Favicon (16px)

Favicon (32px)

Convivencia de logotipos.

Condado de Huelva

Condado de Huelva

Color.

COLORES CORPORATIVOS

La paleta de colores utilizada encuentra su justificación en la estructuración del contenido y la identidad actual:

Naranja intenso y terroso junto a otras tonalidades extraídas del logotipo actual de la Mancomunidad del Condado como color principal y degradaciones de dicho color como colores secundarios.

CMYK: 34 / 64 / 100 / 43
RGB: 235 / 106 / 014
WEB: #E55137

RAL: 2012

CMYK: 30 / 100/ 100/ 42
RGB: 125 / 1 / 0
WEB: #7A4A0A

CMYK: 0 / 57 / 95 / 0
RGB: 254 / 133 / 0
WEB: #FE8500

CMYK: 0 / 50 / 94 / 0
RGB: 255 / 178 / 2
WEB: #FFB202

CMYK: 75 / 65 / 54 / 66
RGB: 45 / 45 / 50
WEB: #2D2D32

CMYK: 0 / 2 / 2 / 0
RGB: 255 / 250 / 250
WEB: #FFFAFA

VERSIONES CROMÁTICAS

Usos correctos del logotipo sobre los colores corporativos, negativo/positivo y sobre entornos fotográficos.

Sobre blanco (opción A)

Condado de Huelva

Sobre blanco (opción B)

Condado de Huelva

Sobre naranja

Condado de Huelva

Sobre negro

Condado de Huelva

Sobre fotografía clara

Sobre fotografía oscura

Tipografía.

TIPOGRAFÍA PRINCIPAL

La tipografía seleccionada es una sans-serif disponible en el catálogo de Google Fonts, lo que favorece su uso en los diferentes soportes.

Sus funciones OpenType hacen que la fuente sea escalable en grosor y anchura (de utilidad en la constucción del logotipo) además de los pesos predeterminados.

Anybody

Thin, extralight, light, regular, medium, semibold, bold, extrabold & black

Aa	Bb	Cc	Dd	Ee	Ff	Gg	Hh	Ii	Jj
Kk	Ll	Mm	Nn	Ññ	Oo	Pp	Qq	Rr	Ss
Tt	Uu	Vv	Ww	Xx	Yy	Zz			

Usos NO correctos.

Conviene prestar especial atención en evitar usos **NO correctos** que afectan a la imagen de la identidad corporativa.

Modificaciones en la composición.

Distorsión de las proporciones.

Cambio en los colores.

Uso de tipografías no corporativas.

Inclusión de efectos y/o degradados

Transformar, voltear o rotar el logotipo.